

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan melalui loyalitas konsumen sebagai variabel intervening diwisata pantai cerocok painan. Dimana variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 4,246 $> t_{tabel}$ sebesar 1,6602 dengan nilai signifikan $0,000 < = 0,05$, berarti H_a diterima dan H_0 ditolak. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen diwisata pantai cerocok painan.
2. Variabel Kepuasan Konsumen berpengaruh positif dan signifikan melalui loyalitas konsumen sebagai variabel intervening diwisata pantai cerocok painan. Dimana variabel Kepuasan Konsumen diperoleh t_{hitung} sebesar 10,119 $> t_{tabel}$ sebesar 1,6602 dengan nilai signifikan $0,000 < = 0,05$, berarti H_a diterima dan H_0 ditolak dengan demikian dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial antara Kepuasan Konsumen terhadap loyalitas konsumen diwisata pantai cerocok painan.
3. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Kualitas pelayanan dan Kepuasan Konsumen secara bersama-sama melalui loyalitas konsumen

sebagai variabel intervening diwisata pantai cerocok painan. Dimana diperoleh $F_{hitung} 113,950 > F_{tabel} 3,09$ dan nilai signifikan $0,000 < = 0,05$, artinya H_0 ditolak dan H_a diterima.

B. Saran

Berdasarkan pada hasil penelitian, penulis mengemukakan saran yang diharapkan dapat bermanfaat dalam meningkatkan loyalitas konsumen:

1. Kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap terhadap loyalitas konsumen. Kurangnya kualitas pelayanan di wisata Pantai Cerocok Painan membuat loyalitas konsumen kurang terpenuhi.
2. Semakin baik kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen membuat loyalitas konsumen akan semakin baik. Jadi kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen merupakan faktor penting untuk meningkatkan loyalitas konsumen.
3. Jika kepuasan konsumen terpenuhi, maka loyalitas konsumen juga akan meningkat dan begitu juga sebaliknya.